

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

DISTRIBUCIÓN MENSUAL GRATUITA
Nº 990
LUNES 27
ABRIL
2026



Ingram Micro e IBM fortalecen su alianza estratégica con sus canales



Consolidando la innovación: Grupo Ventura y Pantum inauguran un espacio estratégico que acerca la tecnología a nuevos entornos de negocio.

Grupo Ventura y Pantum Inauguran su centro de experiencia en CYBERPLAZA

Un espacio orientado a ofrecer tecnología de impresión que optimiza recursos y potencia resultados.

En Grupo Ventura continuamos consolidando nuestro posicionamiento en el mercado tecnológico con la apertura de un nuevo espacio exclusivo de Pantum en el Centro Comercial Cyberplaza. Como representantes exclusivos de la marca en todo el Perú, con este espacio reafirmamos nuestro compromiso de ofrecer soluciones de impresión que combinan eficiencia operativa con un costo de impresión altamente competitivo.

Este nuevo centro de experiencia ha sido creado para todos los canales, brindando un entorno cercano y especializado donde podrán conocer de primera mano la tecnología que está marcando la nueva era de la impresión, respaldada por alto rendimiento, eficiencia y precios accesibles.

¡ÚNETE A NUESTRA GRAN ACTIVACIÓN!



Horario:
4:00 p.m. a
7:00 p.m.



Fecha:
21 de mayo



Lugar:
Cyberplaza
Píeta - Zona A



Participación especial:

Leandro Castello – Gerente Comercial de Pantum
Jose Ventura – CEO de Grupo Ventura

Av. Garcilaso de la Vega 1348, Cercado de Lima - Stand A139



+51 (0)1 300 0000



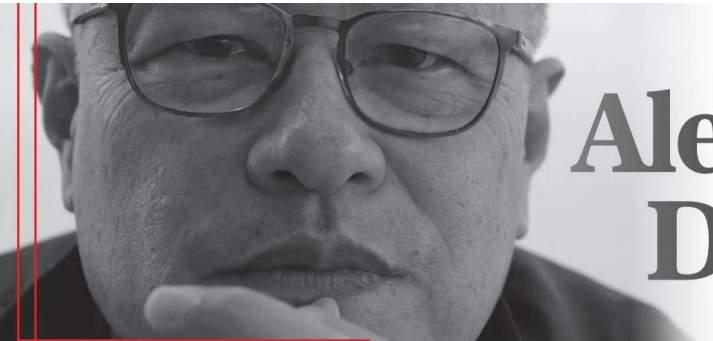
www.grupo-ventura.com



info@grupo-ventura.com



@GrupoVentura



Por Wilder Rojas Díaz
wilder.rojas@mediacomm.pe

Alerta Digital

Cuando el vendedor exagera

El primer amor no se olvida; así de simple. Y no necesariamente porque fue el mejor; tal vez no haya sido de ensueño, el más feliz, pero igual se le recuerda porque ya tiene el privilegio de ser el primero. Así pasa con tu primer trabajo o con la marca con la que despegaste y te permitió ganar un buen dinero, poner tu nombre en el sistema, recibir un premio y que otras empresas te hagan propuestas decentes donde el sueldo es mucho mejor.

La conexión que logramos con la empresa donde trabajamos es vital para que el tiempo de nuestra permanencia sea un viaje inspirador, motivador y de aprendizaje. La identificación es importante, siempre y cuando la empresa utilice buenas prácticas para su relación con sus colaboradores y clientes. Si no cumple con esos requisitos, quedarse a trabajar en un ambiente así, definitivamente, solo genera un beneficio económico, pero con efectos negativos en la salud física y mental.

Otra cosa es quedarte en un lugar donde estás viendo que las operaciones se hacen de manera truculenta, donde el gerente general (o dueño) resuelve las cosas con propuestas bajo la mesa, etc. Ese aprendizaje te servirá para repetirlo y volverte parte de ese esquema corrupto, o para realizar prácticas diferentes que generen una nueva forma de hacer negocios en el país. Es decir, toda experiencia es maravillosa siempre y cuando tú elijas cómo verla y aprovecharla para tu vida.

Hay un error que está prohibido cometer: hablar mal de la competencia. ¿Sabes por qué? Muy simple: porque tu camino te llevará a representar y vender a cualquiera de esas marcas o tecnologías que hoy embarras para resaltar la tuya. Es cierto que en esta prohibición hay una línea delgada donde sí es posible hacer que la competencia pierda, porque tú te encargaste de demostrar que lo tuyo es mejor. Para lograrlo, necesitas conocer bien al cliente, el modelo de

negocio, a sus directivos y usuarios.

Con información clave del negocio de tu cliente, tú podrás estructurar un discurso coherente y vendedor donde se potencien los beneficios que ofrece tu producto o solución. Dependerá, además del conocimiento del negocio, de tu facilidad de palabra y de la oportunidad bien aprovechada para generar un extraordinario negocio.

Cuando yo trabajaba en el diario La República, pensaba que toda mi vida estaría allí porque sentía que era como mi casa. Y en mayo de 1990, cuando empecé a editar Cursor —la primera revista de Perú y Latinoamérica que se entregaba gratis con un diario y con un tiraje masivo—, solía utilizar un discurso exagerado al momento de destacar los beneficios de invertir en avisos en La República.

En 1993 pasé al diario Expreso para editar el suplemento de TI Programa y, en el proceso de venta de avisos con el gerente de marketing de una compañía, aquel me dijo, más o menos así: “No le creo nada, Wilder, pues hasta hace poco decías que La República tenía un gran tiraje; resaltabas su público objetivo, el formato, el estilo periodístico, la distribución, etc., y ahora vienes a decirme lo mismo de Expreso, pero exageradamente...”.

Fue uno de esos momentos en los que se ruega para que terminen en el acto y desaparecer, pero no fue así. La reunión fue larga y, como yo me quedé mudo, el gerente de marketing siguió hablando de más y me dio argumentos para darle vuelta a su discurso. Al final, me compró un gran paquete de avisos, pero sin estar convencido de lo que estaba haciendo. Lo hizo porque no supo parar de hablar y quiso lucirse, haciendo honor al primer lugar que había logrado recientemente en sus estudios de la maestría de marketing.

¡Abrazos amazónicos, queridos amigos!



Canal TI 989
(Lunes, 20 de abril de 2026)

créditos

Director

Wilder Rojas Díaz

Diseño y Diagramación

Sandra Rojas

Consultor de Diseño Gráfico

Oscar Pévez Fajardo

Web y TI

Oscar Esteban Rojas

Gerente Comercial

Lucía Corrales Naveda

Administración

Margot Tolentino Porras

CRM y Analytics

Josué Cervantes Pamo

Canal TI se imprime en
Industria Gráfica **CIMAGRAF** S.A.C.
Hecho el Depósito Legal en la
Biblioteca Nacional del Perú N°
2007-04808

Prohibida la reproducción total o
parcial del contenido.

Media Comm no se responsabiliza
por las opiniones de terceros.
Los precios y promociones referidos
en los avisos publicitarios y/o
en los textos de Canal TI, son solo
válidos para empresas del canal de
distribución tecnológico peruano.

Canal TI

es una publicación semanal de:

MEDIA comm

Jirón Orejuelas 226,
Surco - Lima 15039-Perú
Central: +51 1 275-3381

Revistas.PeruRadio.net.pe

Con una visión centrada en la electrificación y la transformación digital, refuerza su alianza con sus canales

La visión de Codesa es posicionarse como especialista en outsourcing de impresión con enfoque en Servicios Gestionados de Impresión

Milagros Herrera regresó a Codesa después de varios años de actividad en otras empresas del negocio TI. Con esta experiencia ha asumido el cargo de asesora de gerencia, liderando a la vez el equipo de MPS (Servicios Gestionados de Impresión), unidad con la que la empresa quiere posicionarse como un especialista en esta área tan vital para las organizaciones. También hemos conversado con Pilar Bautista, Elsa García y Gustavo Rojas, integrantes del equipo MPS.



¿Qué segmento del mercado piensan atender con el nuevo equipo de MPS de Codesa?

Nuestro enfoque está dirigido al segmento corporativo, donde la gestión documental impacta directamente en la productividad y los costos operativos. Nos orientamos a empresas que buscan ordenar y optimizar su entorno de impresión, incorporando mayor control y visibilidad en sus procesos, de modo que la impresión deje de ser un gasto disperso y pase a ser una operación gestionada.

¿Cuál es el posicionamiento que desean tener en el mercado?

Queremos posicionarnos como un especialista en outsourcing de impresión con enfoque en gestión MPS, donde el

valor está en el servicio integral más que en el hardware. Nuestra propuesta combina tecnología confiable, monitoreo permanente, soporte técnico especializado y optimización continua, lo que nos permite asegurar eficiencia, control y continuidad operativa en nuestros clientes. En ese sentido, nuestro enfoque no está en los equipos como producto, sino en gestionar de manera eficiente toda la operación de impresión.

¿La fortaleza de la propuesta de valor del área de MPS está basada en la alianza de Codesa con Kyocera?

La alianza con Kyocera es clave porque nos permite contar con equipos multifuncionales y de impresión láser confiables y eficientes, lo que contribuye a optimizar el costo total de operación. Sin embargo, la fortaleza de nuestra propuesta de valor está en cómo gestionamos ese entorno: trabajamos con SLA claros, seguridad de extremo a extremo, monitoreo proactivo, mantenimiento preventivo y una gestión eficiente de consumibles. Esto nos permite asegurar continuidad operativa y una experiencia de servicio consistente para el cliente.

Codesa y Kyocera tienen una fuerte presencia en el sector gobierno. ¿Cómo están abordando el mercado corporativo a través del área MPS?

Efectivamente, tenemos una trayectoria sólida en el sector público, lo que nos ha permitido desarrollar capacidad operativa y experiencia en proyectos de alta exigencia. Hoy estamos trasladando ese conocimiento al sector de MPS corporativo con un enfoque más consultivo, partiendo de un diagnóstico del cliente para identificar oportu-



nidades en el uso del parque de impresión, los costos y los flujos documentales. Con base en ello, diseñamos soluciones a medida que priorizan eficiencia, control y continuidad operativa, complementando este enfoque con demostraciones y un acompañamiento cercano al cliente.

¿Cuáles son los objetivos del área MPS de Codesa en el mediano plazo?

Nuestros objetivos están enfocados en fortalecer y escalar el área MPS como una línea de negocio sostenible, respaldada por nuestra experiencia en servicios de outsourcing y el soporte de una marca reconocida como Kyocera. Buscamos seguir desarrollando el mercado corporativo y, a la vez, potenciar nuestro alcance a nivel nacional a través de nuestra red de canales, integrando el modelo de MPS dentro de su portafolio. Nuestro enfoque no es crecer por volumen, sino consolidar una operación rentable, estructurada y basada en relaciones de largo plazo con clientes y socios de negocio.

Elsa García

Especialista en MPS



Elsa, ¿cuántos años de experiencia como especialista en MPS?

Cuento con más de diez años en el sector tecnológico. Mi especialización en MPS es reciente, pero vengo desarrollándola en proyectos de outsourcing con Kyocera junto a Codesa, enfocada en optimización de costos y eficiencia operativa.

¿Cómo ha evolucionado la gestión de impresión en las empresas y qué problemáticas identifican hoy?

Ahora el enfoque es más operativo a convertirse en un componente estratégico dentro de las organizaciones, orientado al control, la eficiencia y la trazabilidad. Actualmente, se identifican tres problemáticas principales:

En primer lugar, la falta de visibilidad de costos, ya que muchas empresas no cuentan con información clara sobre su gasto real en impresión.

En segundo lugar, la baja eficiencia operativa, derivada de equipos sobredimensionados o inadecuadamente distribuidos.

Y, en tercer lugar, la seguridad de la información, un aspecto cada vez más crítico debido al riesgo de fuga de datos a través de documentos impresos.

En este contexto, el MPS, mediante soluciones como las de Kyocera, permite centralizar la gestión, optimizar recursos y garantizar un entorno más controlado, seguro y eficiente.

Gustavo Rojas

Especialista en MPS

¿Qué hace diferente a la propuesta de MPS de Codesa frente a otras soluciones del mercado?

La diferencia está en cómo aterrizamos la solución en la operación real del cliente. No partimos de un catálogo, partimos de la necesidad y diseñamos un servicio alineado a su dinámica de trabajo. Esto implica un adecuado dimensionamiento del parque, renovación tecnológica con equipos multifuncionales y un acompañamiento cercano para asegurar que el servicio funcione como debe.

Nuestro enfoque es práctico: que la solución no solo esté bien planteada, sino que realmente funcione en el día a día y aporte eficiencia sin generar fricciones en la operación.

¿Cómo ha sido la experiencia hacien-

do networking y acercándose a empresas del sector corporativo?

Ha sido una experiencia muy enriquecedora. Hoy el networking no gira en torno a ofrecer productos, sino a generar conversaciones de valor y entender los retos reales de cada empresa. En cada acercamiento buscamos compartir nuestra experiencia en la gestión de impresión y cómo se pueden optimizar procesos que muchas veces no están visibles en el día a día. Esto nos ha permitido construir relaciones de confianza y posicionarnos como un aliado que acompaña al cliente en la mejora de su operación, más allá de una solución puntual.



Pilar Bautista

Especialista en MPS

¿Cómo trabajan con las empresas desde un enfoque consultivo?

Nuestro enfoque es entender primero cómo opera cada cliente antes de plantear cualquier solución.

Nos involucramos en sus procesos, identificamos oportunidades de mejora y, a partir de ello, proponemos un servicio alineado a su realidad.

Más que optimizar la impresión, buscamos aportar orden y eficiencia a su operación, acompañando al cliente

no solo en la implementación, sino también en la gestión y seguimiento del servicio en el tiempo.

¿Qué beneficios puede esperar una empresa que implementa un servicio de MPS con Codesa?

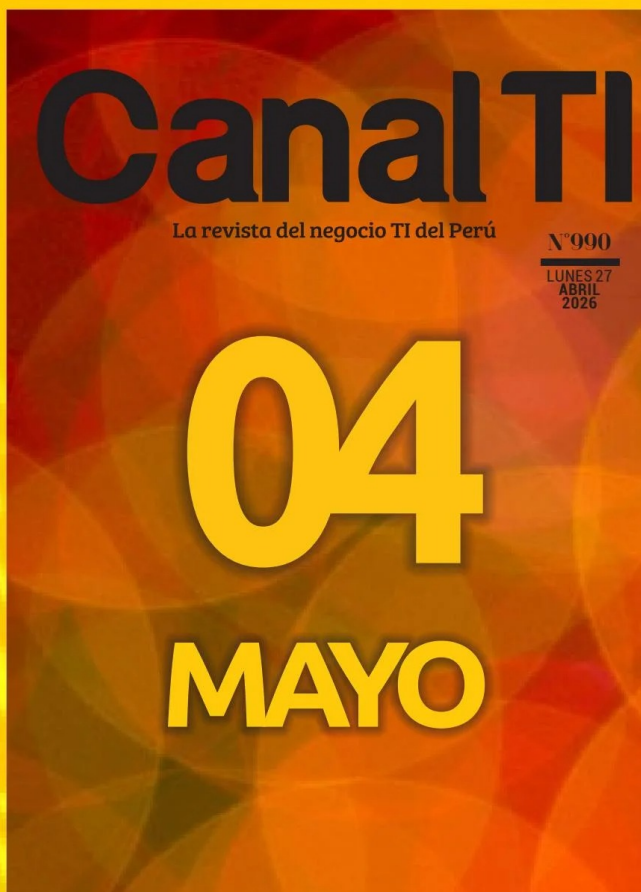
El principal beneficio es lograr un mayor control del gasto y una mejor optimización de recursos. Muchas empresas no tienen una visibilidad clara de lo que realmente invierten en impresión, y con un servicio MPS ese escenario cambia.

Además del ahorro, el cliente gana en la gestión, mejora la seguridad en la gestión documental y asegura la continuidad del servicio. En la práctica, esto se traduce en mayor tranquilidad, ya que puede delegar la gestión de su entorno de impresión y enfocarse en su negocio, sabiendo que su operación está bajo control.



Para más información sobre el servicio de outsourcing de impresión con enfoque en MPS, pueden contactarse a través del siguiente enlace: <https://wa.link/13fq7r> o a través del WhatsApp 950 436 777

Edición Impresa



Potencia tu marca
Llegamos a todo el
ecosistema TI peruano
mediante la web, redes
sociales y la versión
impresa.

Contáctanos:
contacto@mediacomm.pe



Ingram Micro e IBM fortalecen su alianza

"Ingram Micro - IBM"

En una noche dedicada a la innovación y el reconocimiento, Ingram Micro e IBM celebraron su esperado Kick Off en el restaurante Melange de Miraflores. El "Ingram Micro + IBM Kick Off", realizado el pasado miércoles 18 de marzo, reunió a los principales socios de negocios del mayorista con un propósito claro: premiar la excelencia del ecosistema de canales y trazar la hoja de ruta tecnológica para el presente año.

La estrategia conjunta para este ciclo se apoya firmemente en un portafolio integral diseñado para abordar la transformación digital de extremo a extremo. Según se destacó durante la jornada, Ingram Micro ha estructurado su oferta de soluciones IBM bajo tres ejes fundamentales:

Data & AI

Con un foco protagónico en Watsonx, la plataforma de datos e IA generativa para empresas.

Automatización

Herramientas para optimizar procesos operativos y

maximizar la eficiencia.

Nube híbrida y seguridad

Soluciones que garantizan agilidad y protección en entornos digitales complejos.

Uno de los mensajes centrales del encuentro fue el compromiso de acompañamiento comercial y técnico que Ingram Micro e IBM ofrecen a sus aliados. Los ejecutivos presentes enfatizaron que la relación no se limita a la transaccionalidad, sino que busca construir resultados sostenibles a largo plazo.

"Este espacio refleja nuestra visión compartida de transformar la industria tecnológica. Queremos que nuestros socios aprovechen iniciativas como IBM Partner Plus para acelerar su desarrollo y fortalecer su propuesta de valor", dijo Vanesa Morales, Data Center Manager de Ingram Micro Perú.

La gala no solo sirvió para proyectar el futuro, sino para



Alianza estratégica con sus canales en el "IBM Kick Off"

honrar el trabajo realizado. Ingram Micro aprovechó el escenario de Melange para premiar a los canales más destacados, reconociendo su desempeño y competitividad en un mercado peruano cada vez más exigente.

La velada reafirmó que la alianza entre Ingram Micro e IBM sigue consolidándose como un motor de innovación. Al integrar inteligencia artificial y seguridad digital en una estrategia de nube híbrida, el mayorista asegura que sus socios estén preparados para enfrentar los retos del futuro con una visión estratégica y competitiva.

Los premiados en el Kick Off

Top Revenue Award Deloitte	Strategic Partnership Award Orión
Top Service Provider Award On Empresas	Strategic Deal Award Sonda
Outstanding Performance Award Wisevision	Ecosystem Top Seller Award Juan Carlos Anticona (Wisevisión)



Tiene presencia en 14 países incluyendo a Brasil, México y Estados Unidos y próximamente en Argentina, Paraguay y Uruguay

Servinformación recibe el Google CloudPartner of the Year 2026



Servinformación ha sido galardonada con el premio Google Cloud Partner of the Year 2026, una distinción que valida su capacidad de ejecución en doce mercados estratégicos. Este reconocimiento llega en un gran momento para la compañía, que tras cerrar un 2025 con un crecimiento cercano al 20%, se posiciona como el referente indiscutible en soluciones de nube e inteligencia artificial en América Latina.

La hoja de ruta de Servinformación es clara: la internacionalización. Con presencia en 14 países —incluyendo potencias como Brasil, México y Estados Unidos—, la organización ya prepara su desembarco en Argentina, Paraguay y Uruguay. El objetivo es ambicioso pero sustentado en cifras: para 2029, se espera que el 70% de sus

ingresos provenga de operaciones internacionales.

En términos financieros, la vertical de Google en Colombia generó ingresos superiores a los 37 millones de dólares. A nivel regional, la empresa ha construido un robusto pipeline de 47 millones de dólares, manteniendo una tasa de conversión del 27%, gracias a una estrategia proactiva de generación de demanda que incluyó más de 125 eventos y laboratorios de innovación.

El éxito de Servinformación no solo reside en la reventa, sino en la implementación de soluciones de alta complejidad. En el sector público, se ha consolidado como un aliado de seguridad nacional, ejecutando contratos de ciberseguridad superiores a los 2.3 millones de dólares,

integrando herramientas avanzadas de inteligencia de amenazas.

"Este premio refleja nuestra capacidad para competir en escenarios globales exigentes y subraya el papel de Colombia como un hub de innovación capaz de exportar soluciones de alto impacto", afirmó Manuel Peláez, CEO de Servinformación.

El reconocimiento se da en un contexto favorable: América Latina concentra el 14% de las visitas globales a soluciones de IA, superando su cuota proporcional de usuarios de internet. En este escenario, Servinformación capitaliza sus 26 años de experiencia para transformar la competitividad de sus clientes mediante analítica de datos, localización inteligente y servicios cloud escalables.

Participa con su proyecto Amazon Fiber



Global Fiber participó en la cumbre APTC y destaca su nominación en los WSIS Prizes 2026

Global Fiber Perú participó como carrier proveedor de transporte y salidas internacionales en la reciente Cumbre APTC 2026, uno de los principales espacios de encuentro del sector telecomunicaciones, donde se reunieron operadores, especialistas y líderes de la industria para analizar los retos y oportunidades de la conectividad en el país.

“La presencia de Global Fiber en este importante evento fortalece su posicionamiento como proveedor estratégico de infraestructura, transporte de datos y conectividad internacional, con especial enfoque en el crecimiento del mercado corporativo en Lima y en las necesidades de alta disponibilidad que demandan las empresas”, dijo Obed Dionisio del Pino, CEO de Global Fiber Perú.

Durante la cumbre, representantes de la empresa intercambiaron perspectivas sobre expansión de redes,

continuidad operativa, interconexión, innovación tecnológica y los nuevos desafíos de conectividad que enfrenta el sector empresarial.

Asimismo, Global Fiber compartió su reciente nominación en los WSIS Prizes 2026, uno de los reconocimientos internacionales más importantes impulsados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), gracias a su proyecto Amazon Fiber, nominado en la Category 2 — AL C2. Information and communication infrastructure.

Esta nominación reconoce iniciativas que impulsan infraestructura digital y conectividad con impacto social, destacando proyectos que contribuyen al cierre de brechas tecnológicas y al desarrollo sostenible de las comunidades.

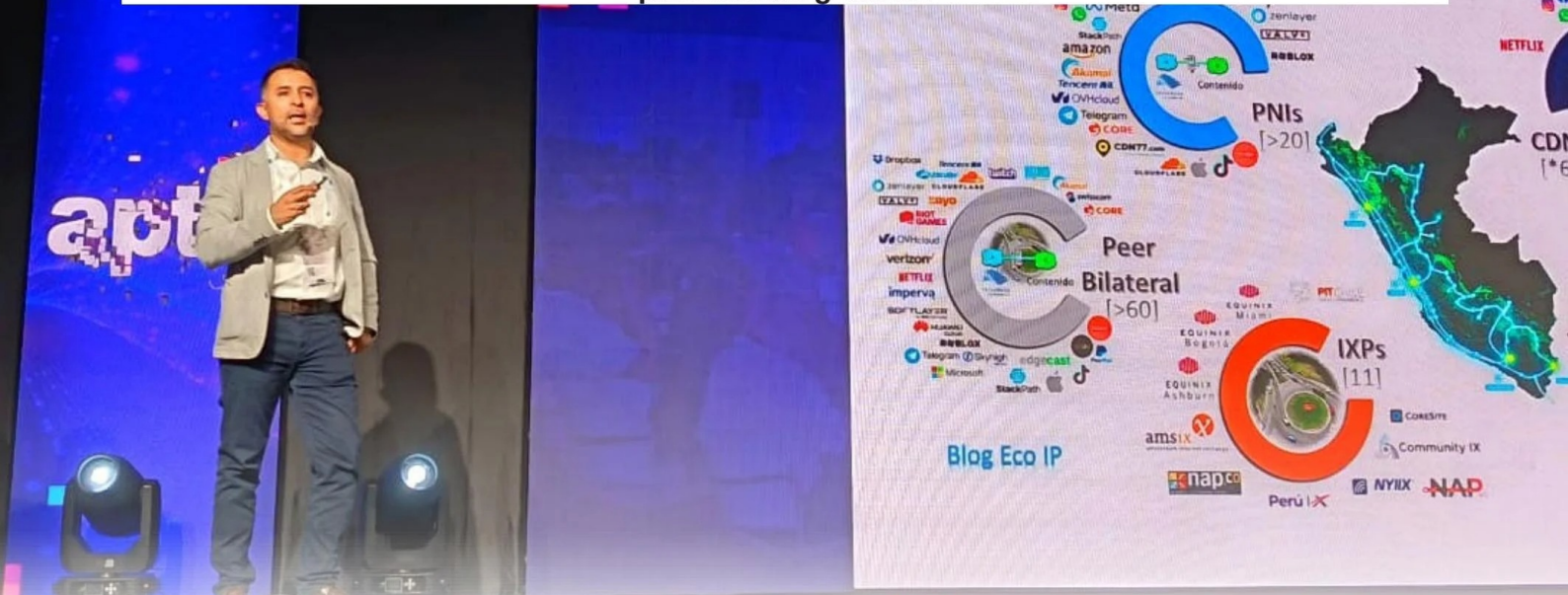
“Nos enorgullece representar al Perú en una plataforma global como los WSIS Prizes 2026. Amazon Fiber refleja nuestro compromiso de llevar

conectividad donde más se necesita y generar oportunidades reales a través de la tecnología”, señaló Dionisio del Pino.



Obed Dionisio del Pino, CEO de Global Fiber Perú.

Según el Global Internet Phenomena Report, más del 50% del tráfico en el Perú proviene de plataformas globales



InterNexa presentó los retos del internet en Perú durante el APTC

Durante años, el debate sobre el desarrollo de Internet en el Perú se centró en ampliar la cobertura y aumentar la velocidad de conexión. Sin embargo, ese enfoque comienza a quedar desfasado ya que hoy el principal desafío no es cuánto ancho de banda se ofrece, sino qué tan cerca está el contenido del usuario.

Así lo advirtió InterNexa durante su participación en la cumbre APTC 2026, donde se destacó que la experiencia digital —desde ver una serie hasta participar en un videojuego en línea— depende cada vez más de factores como la latencia, la proximidad del contenido y la capacidad de las redes para responder en tiempo real.

El cambio responde a una transformación estructural del tráfico en internet. Según Telegeography actualmente, el 74% del flujo global proviene de plataformas de contenido (OTTs), y en el Perú más del 50% del tráfico está concentrado en un grupo reducido de empresas tecnológicas. Esto implica que gran parte de la experiencia digital local depende de cómo y dónde estas plataformas distribuyen sus contenidos.

“Este cambio de paradigma no solo impacta en la experiencia del usuario, sino también en la competitividad del país. Aquellos mercados que logren desarrollar ecosistemas sólidos de interconexión, centros de datos y distribución de contenido estarán mejor posicionados para atraer inversiones tecnológicas y sostener el crecimiento digital”, comentó Julián Idárraga, Product Line Manager de InterNexa.

Un reto para la infraestructura y la inversión

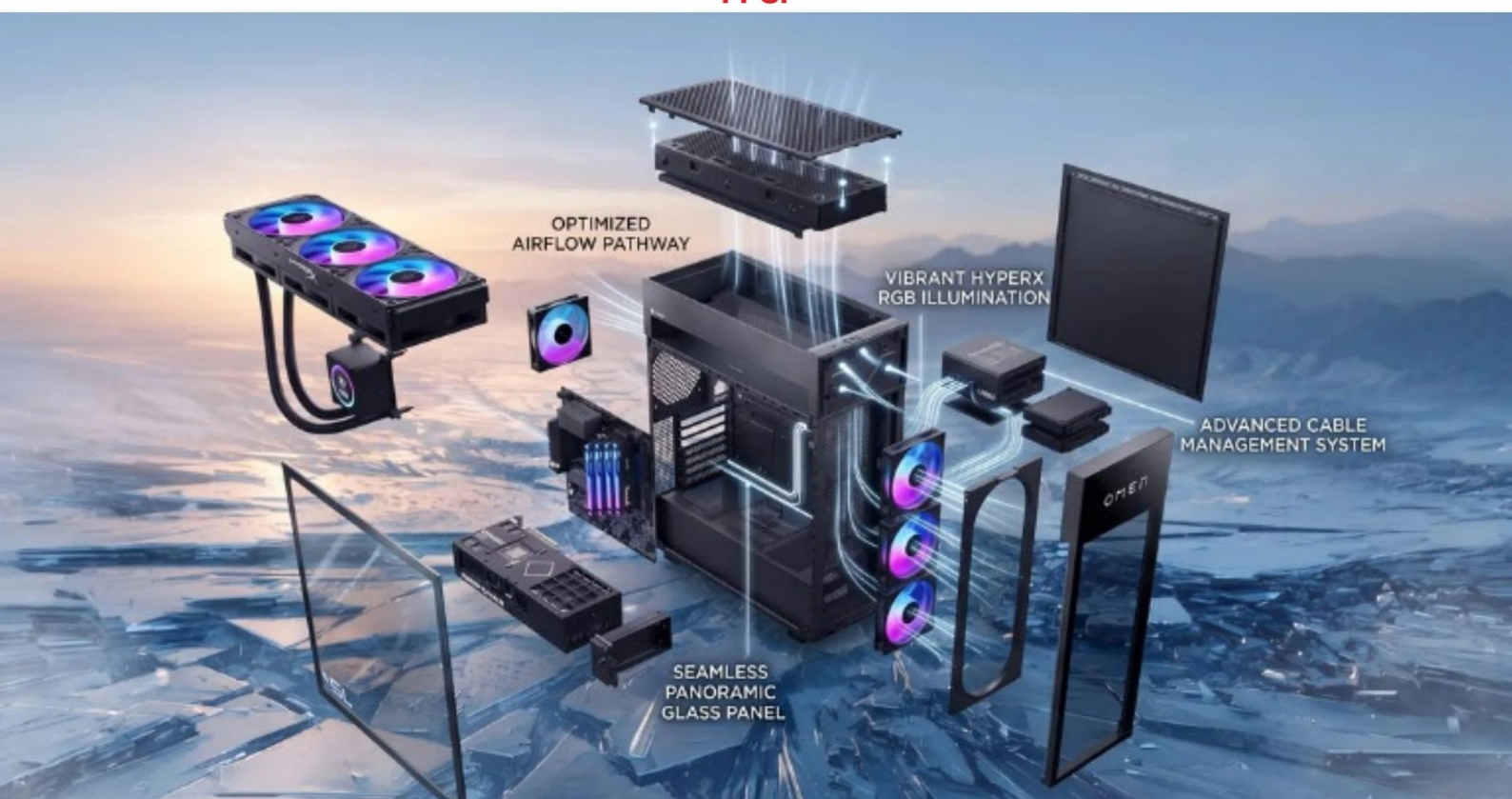
Este nuevo escenario está obligando a replantear la arquitectura de las redes en el país. La tendencia apunta a acercar el contenido al usuario mediante infraestructuras como CDNs (redes de distribución de contenido), nodos “edge” y centros de datos locales, reduciendo así los tiempos de respuesta.

Perú supera los 27 millones de usuarios de internet, con una penetración cercana al 80%, y mantiene una tendencia de crecimiento impulsada por la expansión de la conectividad móvil y la fibra óptica. A ello se suma un consumo cada vez más intensivo: ver contenido en 4K, participar en videollamadas o jugar en línea exige conexiones más estables y rápidas, pero sobre todo más eficientes.

En ese contexto, la latencia (el tiempo que tarda la información en viajar por la red) se vuelve un factor crítico. Por ejemplo, los usuarios esperan que una página web cargue en menos de dos segundos, mientras que los videojuegos requieren tiempos de respuesta de apenas milisegundos.

Considerando que el Perú tiene niveles de latencia cercanos a la media mundial (<30 ms), lo convierte en un país más competitivo en términos de velocidad de streaming. Esto sumado al avance tecnológico como la inteligencia artificial y la expansión de los grandes proveedores globales de nube está acelerando la demanda por infraestructura local capaz de soportar grandes volúmenes de datos.

Con OMEN AI, títulos como Minecraft logran mejoras de hasta un 50% en FPS.



HP lanza al mercado gaming la HyperX OMEN 35L optimizada con IA

Durante el evento HP Imagine 2026, la compañía anunció la nueva HyperX OMEN 35L, una desktop que no solo destaca por su potencia bruta, sino por integrar la inteligencia artificial como el motor principal de la experiencia de juego y creación de contenido.

La HyperX OMEN 35L ha sido diseñada bajo una premisa clave: la accesibilidad y la evolución a largo plazo. Equipada con procesadores Intel Core Ultra 7 270K Plus y la potente GPU NVIDIA GeForce RTX 5080, esta máquina está lista para el gaming competitivo de élite.

Para el ecosistema de distribución y entusiastas, el diseño de la 35L representa una ventaja competitiva, ya que utiliza componentes estándar de la industria y permite un acceso sin herramientas. Esto facilita las actualizaciones futuras, extendiendo el ciclo de vida del producto y permitiendo a los usuarios escalar su configuración de forma ágil.

OMEN AI: El software como multiplicador de valor. La verdadera diferenciación de HP este año reside en OMEN AI. Esta herramienta de optimización inteligente, que ya soporta títulos masivos como Minecraft, Roblox

y Marvel Rivals, permite ajustar el hardware y el sistema con un solo clic.

"Estamos reuniendo hardware potente y software inteligente para ofrecer más rendimiento, optimización más sencilla y mayor control", destacó Josephine Tan, vicepresidenta Senior de Soluciones de Juegos en HP Inc.

Los datos de rendimiento son contundentes: mediante el aprendizaje automático que analiza miles de sesiones de juego, se han registrado incrementos de hasta un 50% en los cuadros por segundo (FPS) en juegos como Minecraft, optimizando el hardware existente sin intervención técnica compleja.

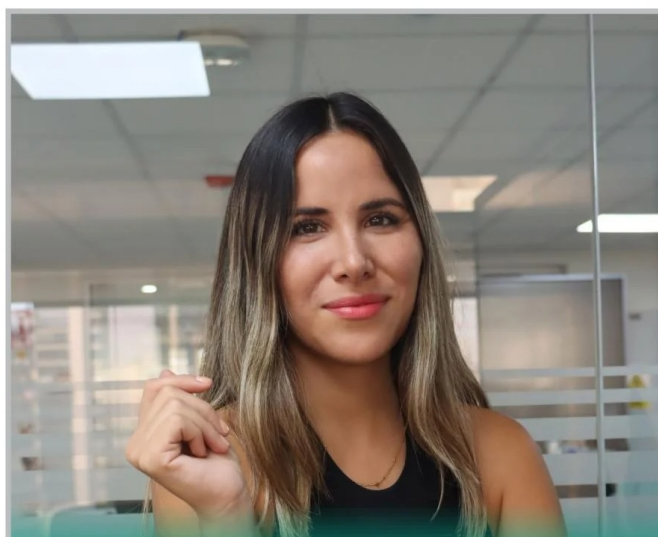
Alianzas estratégicas para creadores

HP también expande las capacidades del OMEN Gaming Hub mediante alianzas con HeyGen y Voicemod. Estas integraciones permiten a los gamers generar clips profesionales con avatares de IA y transformar su voz en tiempo real con más de 200 opciones originales. Con esto, HP deja de ser solo un proveedor de "fierros" para convertirse en una plataforma integral de entretenimiento y comunicación digital.



Luis Corvera cumplió un año como CTO en Partner Technology

Hace poco visité Partner Technology en su oficina de San Isidro y conversé con Luis Corvera, que en marzo cumplió un año en la empresa como Chief Technology Officer (CTO). “Pongo al servicio de Partner Technology más de 20 años de experiencia en arquitecturas avanzadas de redes de datos, trayectoria construida en referentes globales como 3Com, HPE, H3C y D-Link. Esta base nos permite impulsar hoy una propuesta de valor diferenciada en networking y ciberseguridad, con un portafolio robusto y alineado a la transformación digital”, me dijo. La empresa está fortaleciendo las alianzas con Palo Alto, Aruba y Juniper, con el objetivo de alcanzar niveles Diamond, Platinum y Elite Plus. Precisamente, la semana pasada, Luis recibió un reconocimiento como Legendary Champion de parte de Juniper ¡Un arácnido abrazo, querido Luis y muchos éxitos!



Estefanía Pozo es nueva KAM Senior en E&L Technology

E&L Technology anuncia la incorporación de Estefanía Pozo como nueva Key Account Manager Senior, quien se suma al equipo comercial con el objetivo de fortalecer la gestión de cuentas estratégicas y potenciar el crecimiento del negocio en el segmento corporativo. Con más de 13 años de experiencia en el sector de tecnología, telecomunicaciones e integración de soluciones, Estefanía ha desarrollado una sólida trayectoria en la gestión comercial B2B. Es administradora de empresas por la Universidad de Lima y cuenta con especializaciones técnicas en soluciones de diversas marcas del sector. ¡Éxitos, Estefanía!



Andrea Cavallari es la nueva CTO de Red Hat para América Latina

Red Hat nombró a Andrea Cavallari como Chief Technology Officer (CTO) para América Latina. Con una trayectoria consolidada en la compañía, Andrea asume con el objetivo de ampliar el impacto de Red Hat en el ecosistema corporativo latinoamericano, conectando la innovación tecnológica con impactos reales en los principales clientes de la región. “La evolución de la IA, combinada con el modelo open source, está redefiniendo la forma en que las empresas innovan. Mi rol es apoyar ese proceso, garantizando que las organizaciones tengan flexibilidad, seguridad y libertad de elección para evolucionar sus estrategias tecnológicas”, dijo. Andrea trabaja en Red Hat desde 2007, donde inició su carrera como ingeniera de soporte técnico y construyó una sólida trayectoria en posiciones de liderazgo.



Rafael Urrelo es nuevo Key Account Manager en E&L Technology

Rafael Urrelo se incorpora como nuevo Key Account Manager a E&L Technology, con el objetivo de fortalecer la estrategia comercial y expandir la presencia de soluciones tecnológicas en el mercado local. Con diez años de experiencia en el sector TI, cloud y servicios gestionados, Rafael ha desarrollado una sólida trayectoria en la gestión comercial y desarrollo de negocios, con especial enfoque en soluciones de networking y servidores. Es profesional en comunicación y marketing, con especialización en CRM por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, además de contar con un diplomado en marketing y un MBA por la Universidad de Lima. ¡Éxitos, Rafael!



Innovación que cuida del planeta

Impresoras Ecosys

ECOLOGÍA • ECONOMÍA • SISTEMAS



codesaperu.com



Multifuncional Monocromática **A4**

ECOSYS MA5500iix

COPY



PRINT



SCAN



- Velocidad de hasta 47 ppm
- Memoria interna 1.6 GB
- Procesador Dual Core 1.4 GHz
- Resolución 1200 x 1200 ppp

Multifuncional Monocromática **A4**

ECOSYS MA5500iix

COPY



PRINT



SCAN



- Velocidad de hasta 57 ppm
- Memoria interna 1.5 GB
- Procesador Dual Core 1.4 GHz
- Resolución 1200 x 1200 ppp



Estos dispositivos A4 ofrecen alta fiabilidad y eficiencia para grupos de trabajo grandes y medianos, cumpliendo con los estándares ambientales más recientes. Equipado con un panel táctil intuitivo, facilita las operaciones de impresión, copia y escaneo de manera sencilla.



El servicio al cliente
Maxxima es tu aliado

nexsys

MAXIMA
INTERNACIONAL SA

Contáctalo en CODESA
Proyecto López